

# 식품등의 리스크커뮤니케이션 실무매뉴얼

2006. 8

## 머 리 말

최근 식품의 안전성을 확보하기 위한 새로운 기법으로서 위해 분석(위해평가+위해관리+위해정보교류)의 개념이 국제기구 등에 제시되면서 식품의 안전성 확보에 관한 정책을 적절하게 강구하기 위해서는 소비자, 식품관련사업자, 전문가, 언론 등 각 계의 이해관계자 상호간의 정보·의견을 다방향으로 교환하고 정책에 대한 국민의 의견을 반영해 나가는 리스크커뮤니케이션(위해정보교류)이 중요하게 인식되고 있다.

그러나 식품에서의 위해에 대한 의사소통은 과학적 전문지식으로 인해 전문가와 일반소비자 간에 정보격차가 발생하여 단순하게 일반 커뮤니케이션을 적용하기 쉽지 않다.

동 매뉴얼은 일반 커뮤니케이션에다 식품위해라는 과학적 관점을 접목시켜 좀 더 효과적이고 체계적으로 리스크커뮤니케이션을 추진하는데 도움을 주고자 마련한 것이다. 리스크커뮤니케이션에 대한 개략적 이해와 식약청에 대한 기관 및 업무에 대한 일반 국민들의 인식을 정리하여 국민 눈높이 안심형 커뮤니케이션 실현을 위한 전략 수립 시 고려할 수 있게 하였고, 리스크커뮤니케이션 추진에서 중요한 커뮤니케이터, 이해관계자 선정·분석, 효과적인 매체선정 및 매스 미디어에 대한 전략 등을 수록하여 필요시 활용할 수 있도록 하였다.

동 매뉴얼에서 일부 난해한 부분은 동시 제작된 리스크커뮤니케이션 입문서를 참고하여 활용하기 바라며, 향후 실제 적용과 응용을 통해 개선될 것으로 기대해 본다

2006. 8

# - 목 차 -

## 제1장 개 요

제1절 목 적 .....	1
제2절 용어 설명 .....	1
제3절 식품등의 리스크 특성 및 관리의 필요성 .....	2
1.3.1 식품등의 리스크 특성 .....	2
1.3.2 리스크 관리 필요성 .....	3
1.3.3 리스크 인지에 영향을 주는 요소 .....	3
1.3.4 식품안전관리 관련 국민의식도 조사 .....	4

## 제2장 식품위해분석

제1절 식품등의 위해분석 특성 .....	7
2.1.1 위해평가 .....	7
2.1.2 위해관리 .....	8
2.1.3 위해정보교류 .....	8
제2절 리스크커뮤니케이션 .....	9
2.2.1 필요성 .....	9
2.2.2 목표 .....	9
2.2.3 방법 .....	10
제3절 리스크커뮤니케이션의 기본 원칙 .....	11

## 제3장 실무매뉴얼

제1절 리스크커뮤니케이션 일반 절차도 .....	12
제2절 리스크커뮤니케이터 .....	13

3.2.1 커뮤니케이터 지정 .....	13
3.2.2 대상 .....	13
3.2.3 임무 .....	13
3.2.4 커뮤니케이터의 자질 .....	14
제3절 목표설정 및 계획수립 .....	15
3.3.1 목표설정 .....	15
3.3.2 커뮤니케이션 전략 수립 .....	16
제4절 내부 커뮤니케이션 .....	18
3.4.1 위해대안의 검토 및 평가 .....	18
3.4.2 검토 내용 .....	19
제5절 외부 커뮤니케이션 .....	21
3.5.1 이해관계자 선정 .....	21
3.5.2 이해관계자 분석 .....	23
3.5.3 매체 선택 및 이행 .....	31
3.5.4 대중매체 .....	34
제6절 효과측정 .....	46
3.6.1 개요 .....	46
3.6.2 여론조사 .....	46
3.6.3 언론모니터링 .....	48

## 부 록

가. 식품등의 위해관련 협조 접촉창구 .....	50
나. 식품관련 단체 현황 .....	53
다. 소비자단체 현황 .....	55
라. 서식 .....	56

# 제1장 개 요

## 제1절 목 적

식품의 안전성 확보에 관한 정책을 적절하게 강구하기 위해서 필요한 소비자, 식품관련사업자, 전문가, 언론 등 각 계의 이해관계자 상호간의 정보·의견을 다방향으로 교환하고 정책에 대한 국민의 의견을 반영해 나가는 구체적인 기법과 안내로 국민의 눈높이에 맞는 정보교류를 통한 안심행정을 구현하기 위한 것임

## 제2절 용어 설명

용 어	설 명
유해 (Hazard)	식품에 함유되어 있어 잠재적으로 건강에 나쁜 영향을 미칠 수 있는 생물학적, 화학적, 물리적 인자
위해 (Risk)	식품안전의 주된 개념으로, 식품에 함유된 유해(Hazard)물질 섭취에 의해 건강에 나쁜 영향을 미칠수 있는 심각성 및 확률과의 관계
커뮤니케이션 (Communication)	인간이 기호나 정보(언어, 문장, 사진, 일러스트 등) 그리고 미디어를 매개로 하여 서로의 의미를 교환함으로써 서로의 이해를 꾀하려는 활동이나 작용
식품안전 위해분석 (Risk Analysis)	식품 위해에 대한 다양한 대안 중 최적의 관리방법을 선정하기 위한 체계화된 의사결정 절차로서 위해평가, 위해관리, 리스크커뮤니케이션을 모두 포함

<p style="text-align: center;"><b>위해평가</b> <b>(Risk Assessment)</b></p>	<p>식품등에 존재하는 위해요소에 대한 규명된 노출로부터 발생할 수 있는 유해영향과 발생확률을 과학적으로 예측하는 일련의 과정</p>
<p style="text-align: center;"><b>위해관리</b> <b>(Risk Management)</b></p>	<p>위해평가에 기초하여 인간의 건강과 환경에 영향을 미치는 위해를 감소시킬 수 있는 대책을 정의하고 관리대책 등의 정책수립 및 정책적 대안을 비교·검토한 후 적절한 관리방안을 선택하고 수행하는 일련의 과정</p>
<p style="text-align: center;"><b>위해정보교류</b> <b>(Risk Communication)</b></p>	<p>위해분석절차에서 위해평가자, 위해관리자, 소비자, 업계, 학계 및 기타 이해관계자 간 식품 위해에 대한 지속적인 정보 및 의견을 상호 교환하는 과정</p>
<p style="text-align: center;"><b>이해관계자</b> <b>(Stakeholder)</b></p>	<p>위해관리로 인해 영향을 받는 소비자, 소비자단체, 생산자, 생산자단체, 전문가, 언론계 등 모든 관련 대상자</p>

## 제3절 식품등의 리스크 특성 및 관리의 필요성

### 1.3.1 식품등의 리스크 특성

- 이해관계자가 많고, 이해관계자간 갈등이 복합적이다.
- 긍정적 내용보다 부정적 내용이 많다.
- 국민안전과 건강에 직결되기 때문에 파급효과가 크다.
- 아무리 빨리 알려도 늦었다는 비판에서 자유롭지 못하다.
- 일반 국민들이 이해하기 어려운 전문적, 과학적 내용이 많다.

### 1.3.2 리스크 관리 필요성

- 사회적 이슈가 되고 있거나 또는 될 가능성이 있는 문제들을 조기 발견 가능
- 사회적 문제들 간의 포함 및 연계관계를 파악함으로써 문제의 종합적 파악이 가능
- 특정 사회적 문제에 관련된 이해관계자들이 누구인지, 그들의 입장이나 견해가 무엇인지를 정확히 그리고 폭넓게 파악할 수 있음
- 사회적 관심과 그 관심의 변화 추세를 정확하고 손쉽게 파악할 수 있음
- 합리적이고 효율적인 정책마련을 위한 기초자료 등 각종 자료나 정보들을 빠짐없이 수집할 수 있음
- 각종 정보들을 수집하여 분류·정리함으로써 그 정보들을 필요로 하는 관련 인들에게 공유시키기가 용이
- 정책결정 이전에 체계적이고 다각적인 검토과정을 거침으로써 정책의 실패나 불완전성을 사전에 예방

### 1.3.3 리스크 인지에 영향을 주는 요소

구분	수락 용이성 비교		
자발성	스스로 인지한 리스크	>	타인으로부터 인지된 리스크

제어·관리	스스로 제어·관리할 수 있는 리스크	>	타인에 의해 제어·관리되는 리스크
이익여부	분명하게 이익이 있다고 인지한 리스크	>	전혀 또는 이익이 적다고 인지한 리스크
과급성	국민에게 공정하게 과급되는 것으로 인지한 리스크	>	국민에게 불공정하게 과급되는 것으로 인지한 리스크
자연유래여부	자연 유래이라고 인지한 리스크	>	인위적이라고 인지한 리스크
빈도	통계적이라고 인지한 리스크	>	천재지변적(catastrophic)이라고 인지한 리스크
신뢰성	신뢰할 수 있는 요소에서 발생된 것이라고 인지한 리스크	>	신뢰할 수 없는 요소에서 발생된 것이라고 인지한 리스크
친밀성	친숙한 것이라고 인지한 리스크	>	외래적이라고 인지한 리스크
영향의 대상	어른에게 영향을 주는 것으로 인지한 리스크	>	아이에게 영향을 주는 것으로 인지한 리스크

### 1.3.4 식품안전관리 관련 국민의식도 조사

#### 가. 식품의약품안전청에 대한 인지도

- 식품의약품안전청과 청의 업무에 대한 국민태도 측정
  - 인지도(89.8%) : 국민들은 식약청에 대해 비교적 많이 알고 있음
  - 필요성(92.2%) : 식약청의 존재의미에 대한 국민적 공감대 형성

○ 식품의약품안전청의 업무에 대해서는 아직 충분한 공감대를 얻지 못한 것으로 판단

- 인지도(77.4%) : 식약청에 대해 알고 있지만 어떤 업무를 수행하는 기관인지에 대한 지식이 없는 국민들도 아직 많음

- 만족도(60.2%) : 식약청의 업무수행에 대한 만족도가 낮아 리스크 커뮤니케이션의 적절한 활용 필요성 제기

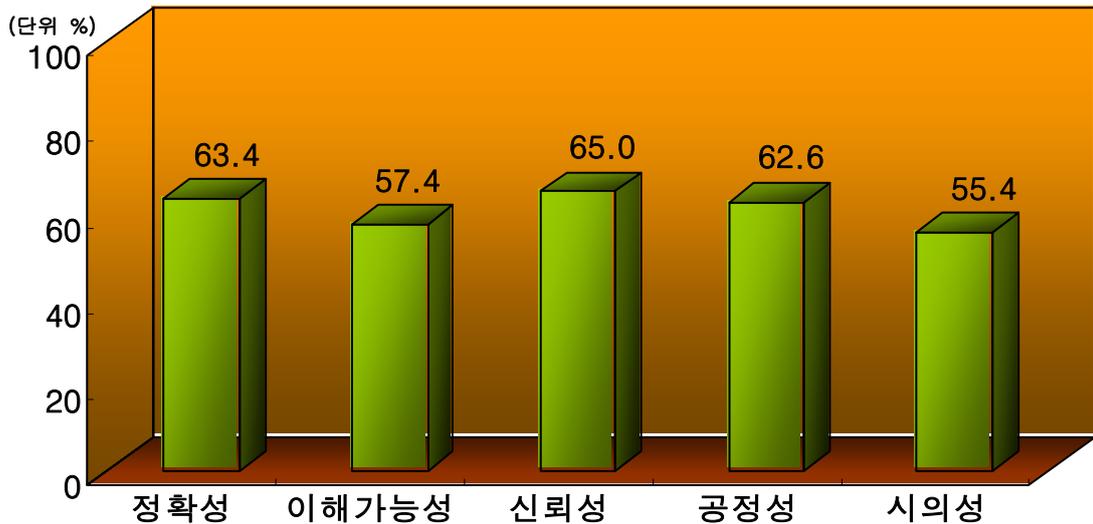


## 나. 식품의약품안전청 제공 식품안전정보에 대한 태도

○ 식약청 제공 정보의 신뢰성(평균 65.0%)과 정확성(63.4%), 공정성(62.6%)에 대해서는 비교적 긍정적인 태도를 보인 반면, 이해가능성(57.4%)과 시의성(55.4%)에 대해서는 다소 부정적인 태도를 보이고 있음

○ 식약청에서 제공하는 정보 자체에 대해서는 비교적 만족스럽지만 그것을 제공하는 방식에 대해 불만족

- 일반 국민들이 이해하기에 너무 어려운 정보를 쉽게 거르지 않고 그대로 제공하여 난해함
- 적절한 시점에 정보를 주는지에 대해 의문을 가지고 있음



## 라. 시사점

- '눈높이 정책홍보'의 중요성
  - 중요한 정보도 일반 국민들의 눈높이에 맞게 제공되지 않으면 의미 있는 정보가 될 수 없음
  - 적절한 시점에 정보를 제공하지 않음으로써 '늑장행정'이라는 비판을 받아왔던 점을 고려할 때 보다 빠른 정보의 제공 필요
  - '예방홍보'의 필요성 제기

### 제1절 식품등의 위해분석 특성

일반적으로 식품의 유해물질에 대한 관리는 위해요소에 관한 과학적 분석방법인 위해분석의 틀 내에서 위해평가와 정책적인 요소가 포함된 위해관리, 그리고 이들 모든 요소들을 반영하는 위해정보교류로 구성되는 과정임

#### 2.1.1 위해평가

##### □ 위해평가의 구성요소

##### ○ 위험성확인 (Hazard Identification)

- 특정 위해요소가 건강에 해를 미치는 영향을 확인하는 과정
- 그 영향은 알려진 것일 수도 있고 잠재적인 것일 수도 있으며
- 인체에 해가 될 수 있는 물리적, 화학적 생물학적 요인을 확인하는 과정

##### ○ 위험성결정 (Hazard Characterization)

- 동물독성자료, 인체독성자료 등을 토대로 위해요소의 인체 노출허용량<sup>1)</sup>을 정량적 및(또는) 정성적으로 산출하는 과정

1) “일일인체노출허용량”이라 함은 식품 및 생활환경등을 통하여 위해요소가 인체에 유입되었을 경우 유해영향이 나타나지 않는다고 판단되는 1일 인체 노출허용량을 말한다.

### ○ 노출평가 (Exposure Assessment)

- 식품등을 통하여 섭취된 위해요소의 정량적 및(또는) 정성적 분석 자료를 근거로 인체 노출수준을 산출하는 과정

### ○ 위해도결정 (Risk Characterization)

- 위해평가의 여러과정에 고려된 모든 자료를 토대로 위해도를 산출하여 현재의 노출수준이 인체 건강에 미치는 유해영향을 판단하고 안전관리목표치를 제시하는 과정

## 2.1.2 위해관리

- 과학적인 위해평가 결과를 토대로 인간의 건강에 영향을 미치는 위해를 감소시킬 수 있는 대책을 정의
- 관리대책 등의 정책 수립 및 정책적 대안을 비교·검토
- 적절한 관리방안을 선정
- 선정된 정책방안을 실제 수행하는 일련의 모든 과정

## 2.1.3 위해정보교류

- 위해평가자, 위해관리자 및 다른 이해 당사자들 사이의 식품 위해에 대한 정보 및 의견을 교환하는 포괄적인 단계
- 특히, 식품의 위해정보 및 관리대안 등을 소비자 및 이해관계자에게 널리 전달, 홍보, 교육, 교환 등을 실시하여 주의를 기울이게 하는 단계

## 제2절 리스크커뮤니케이션

### 2.2.1 필요성

- 어떠한 식품이라도 먹는 방법이나 섭취대상, 먹는 양에 따라 다소의 위해가 있음
- 과학을 바탕으로 비용이나 효과도 고려하여 과학적인 대처법 등에 대하여 널리 알리고 의견을 교환하며 협력하는 것이 필요

### 2.2.2 목 표

- 위해분석 절차 중에 검토 중인 특정 사안과 관련된 모든 참여자의 인식과 이해를 촉진.
- 위해관리 결정사항에 도달 및 시행하는 단계에서 일관성 및 투명성 조장.
- 제안이나 위해관리결정내용의 이해를 위한 건전한 기반제공.
- 위해분석 절차의 전반적인 효과 및 효율 개선
- 선정된 위해관리 대안에 대한 유효한 정보 및 교육 프로그램의 개발 및 전달에 기여.
- 유통식품의 안전성에 대한 국민의 믿음과 신뢰를 조장
- 모든 참여자들간의 작업관계 강화 및 상호관심사항 존중
- 리스크커뮤니케이션 절차중 모든 이해관계자들의 관계 개선

- 식품 및 관련 주제와 관련된 위해에 대해 모든 관계 기관의 지식, 행동, 가치, 규범 및 인지사항에 대한 상호 정보교환
- 식품의 안전성에 관한 정보를 「모든 필요한 내용, 신속하고, 알기 쉽고, 정확하게」 모든 관계자가 공유함과 동시에 각 과정에서의 투명성 확보.
- 식품의 위해 및 그 저감화 조치에 대하여 모든 관계자 간에 공통된 이해를 얻을 수 있도록 협의하고 협력하여 각각의 책임, 역할에 따라 자발적 참여 및 안전성 제고에 기여

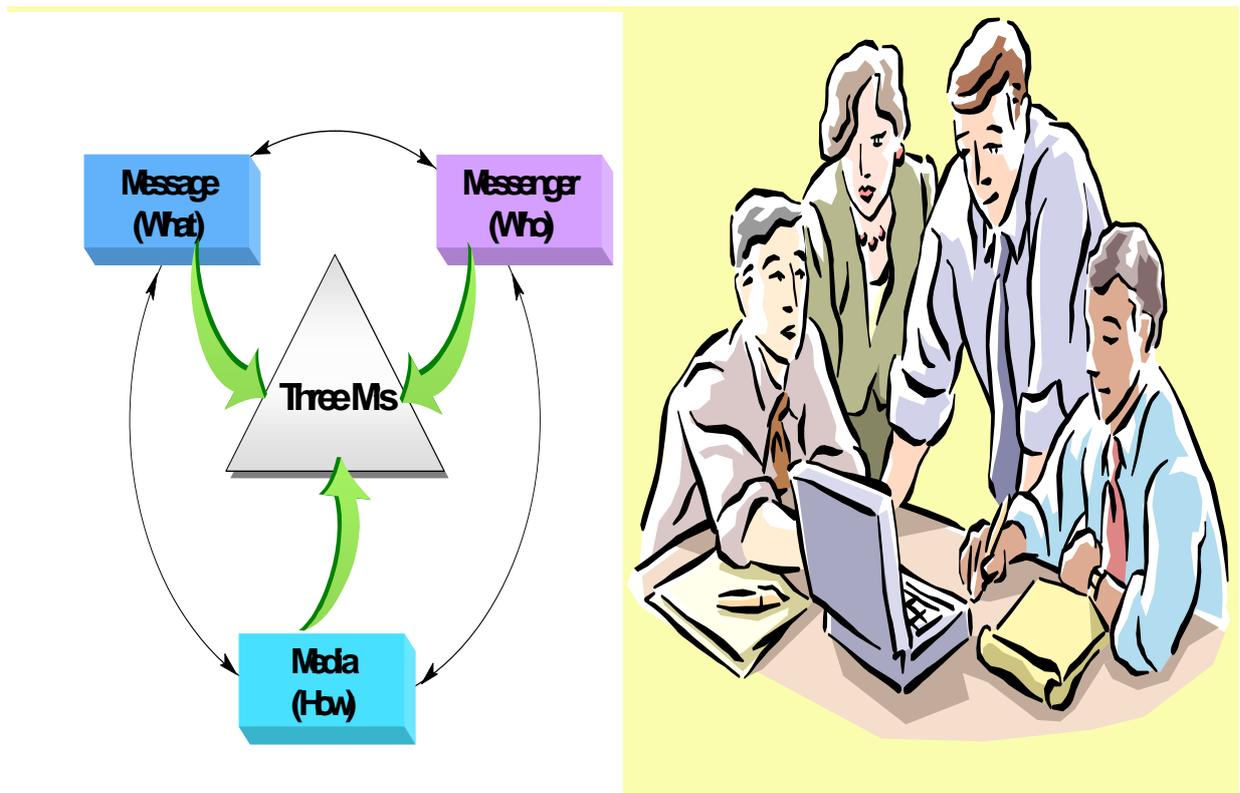
### 2.2.3 방 법

리스크커뮤니케이션을 효과적으로 추진하기 위해서는 국가 또는 관계자가 다음 사항에 대한 신속한 실현이 필요

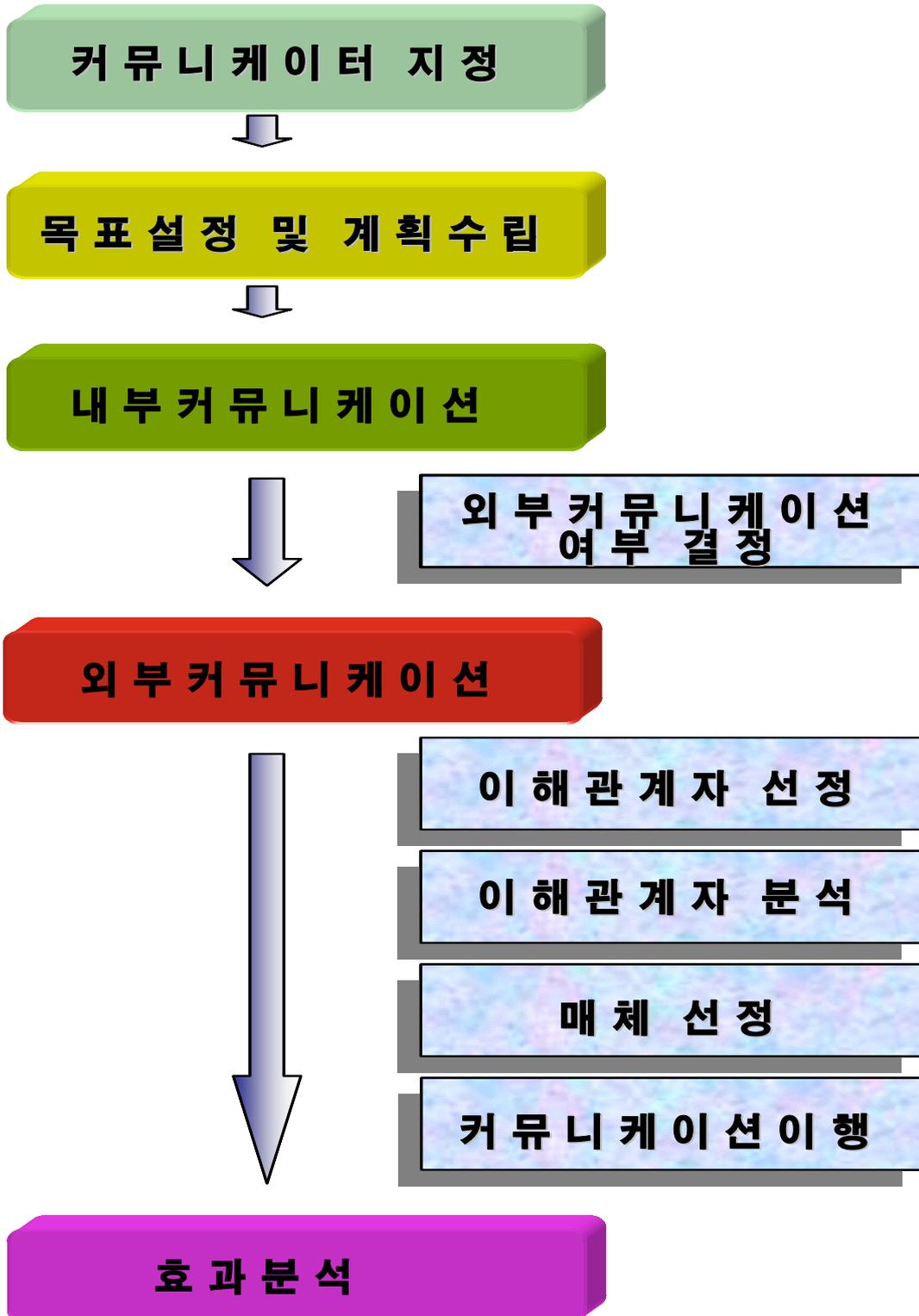
- 정보공개 및 언론과의 협력관계를 촉진하고, 이를 위해서 평상시부터 언론과 의견교환의 장을 설치
- 이해관계자와의 협의체를 설치하고 개별 사안마다 기본적인 논점 추출
- 대책이 정리되지 않은 단계에서부터 다음단계, 목표를 나타내는 형태로 관계자와 논의
- 소비자 등 관계자의 의문에 답하기 위한 상설창구 설치
- 각 관계기관마다의 위해정보 제공을 자제하고 협력하여 공동으로 리스크커뮤니케이션에 대처
- 지속적인 리스크커뮤니케이션을 추진하기 위한 전문가 양성

### 제3절 리스크커뮤니케이션의 기본 원칙

- 정직하게 공개함
- 파트너로서 국민을 참여시킴
- 국민의 특정 관심사항에 귀를 기울임
- 명확하게, 그리고 애정을 갖고 대화함
- 다른 신뢰할 수 있는 자료를 갖추고 추진함
- 대중매체의 요구를 충족시킴
- 신중하게 계획하고 성과를 평가함



제1절 리스크커뮤니케이션 일반 절차도



## 제2절 리스크커뮤니케이터

### 3.2.1 커뮤니케이터 지정

- 내·외부 커뮤니케이션의 일관성을 유지하고 체계적 커뮤니케이션 수행을 위해 커뮤니케이터를 지정하고 처음부터 리스크커뮤니케이션 절차 계획 수립 및 시행에 참여

### 3.2.2 대 상

- 일반 커뮤니케이션과 식품안전 리스크커뮤니케이션을 이해·숙지하고 의사소통에 능한 자
- 조직을 대표할 수 있는 자
- 해당 위해관리 업무 수행 경험자 또는 현 수행자
- 대중 앞에서의 대화 및 발표를 편안하게 느끼는 자

### 3.2.3 임 무

- 위해분석 업무의 일부분인 리스크커뮤니케이션을 총체적 담당
- 리스크커뮤니케이션 절차 계획, 고안, 시행, 효과 검증
- 초기 단계 리스크커뮤니케이션을 명확히 규정 및 기술
- 리스크커뮤니케이션 과정에서 대변인 역할

### 3.2.4 커뮤니케이터의 자질

- 빠르게 학습하고 정보를 효과적으로 표현할 수 있는 능력
- 개인의 두터운 신용과 신임
- 주의 깊게 듣고 논리적으로 정리하는 능력
- 연민, 따뜻함과 인내심을 표현할 수 있는 능력
- 충고를 받아들이는 열린 자세
- 필요시 접근가능성과 능력
- 극단적 압박 하에서도 냉정을 유지할 수 있는 능력
- 장시간 일할 수 있는 체력

#### ※ 커뮤니케이터가 받아야 할 훈련

- 토론을 주재하고 토론자들이 최적의 대안을 모색해 내도록 하는 훈련
- 핵심 메시지 검토 및 리허설하는 훈련
- 일상적 또는 까다로운 질문에 답변 준비 및 리허설하는 훈련
- 난처한 질문을 핵심메시지로 답변할 수 있도록 질문을 전환하는 훈련
- 방어자의 입장에 놓이는 것을 피하기 위한 기법 훈련
- 현재로서는 대답하지 말아야 할 질문에 반응하는 기법 훈련
- 제스처 훈련
- 유도성 질문에 반응하는 방법 연습

## 제3절 목표설정 및 계획수립

### 3.3.1 목표 설정

- 이행 계획을 세우는데 첫 번째 단계
- 명확하고 간략해야 함
- 이행을 통해서 달성하고자 하는 것에 대한 명시
- 계획의 모든 요소들은 그 목표와 연관되어야 함

#### 리스크커뮤니케이션의 목표 설정의 필요성

1. 위해분석 절차 중에 검토 중인 특정 사안과 관련된 모든 참여자의 인식 및 이해 촉진.
2. 위해관리 결정사항에 도달 및 시행하는 단계에서 일관성 및 투명성 조장.
3. 제안 또는 시행한 위해관리결정의 이해를 위한 건전한 기반 제공.
4. 위해분석 절차의 전반적인 효과 및 효율 개선
5. 위해관리대안으로 선정된 경우 유효한 정보 및 교육 프로그램의 개발·전달에 기여.
6. 식품공급 안전성에 대한 국민의 믿음과 신뢰 조장
7. 모든 참여자들간의 작업 관계 강화 및 상호관심사항 존중
8. 리스크커뮤니케이션 절차 중 모든 이해관계자들의 적절한 관계 개선
9. 주제와 관련된 위해에 대해 모든 관계 기관의 지식, 행동, 가치, 규범 및 인지사항에 대한 상호 정보교환 가능

### 3.3.2 커뮤니케이션 전략 수립

#### 가. 위해의 구분

구분	일상적 위해	불확실성이 높은위해	논란의소지가 있는위해	위기상황에서의 위해
설명	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이미 여러 연구를 통해 잘 알려져 있어 의사결정시 불확실성이 매우 적음</li> <li>• 기존에 다른 식품 오염물질과 위해관리에 사용하였던 관리방법만으로도 충분한 효과를 기대할 수 있음.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 덜 알려져 있으며 충분히 이해되지 못한 채 의사결정을 내려야 할 가능성이 있음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 위해가 확실하건 확실하지 않건 간에 사회적으로 논란의 여지가 많은 위해</li> <li>• (대표적 사례: 휴대전화 사용에 따른 전자파의 위해)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주로 시간에 쫓기면서 커뮤니케이션하게 됨.</li> <li>• 사전에 위기상황을 감시할 수 있는 시스템 마련</li> <li>• 잘 훈련된 정보교류자 확보</li> <li>• 효과적인 처리가 가능한 도구 준비 등 필요</li> </ul>

#### 나. 위해별 커뮤니케이션 전략

##### ○ 일상적 위해

- 위해가 매우 일상적인 것이고 모든 관리체계에서 국민들의 건강 보호를 위하여 필요한 임무를 제대로 수행하고 있음을 알리는데 주력

- 불확실성이 높은 위해
  - 위해관리 조직의 능력, 즉 위해에 대하여 모니터링 실시 후 피해가 확인되면 의사결정의 전환이 가능하고 피해를 예방할 수 있다는 사실 전달에 주력
  - 충분한 내부 커뮤니케이션 실시
  
- 논란의 소지가 있는 위해
  - 가능한 한 많은 이해당사자를 참여시켜 리스크커뮤니케이션을 시행하는데 주력
  
- 위기상황에서의 위해
  - 위해 저감이라는 일차적인 목표와 함께 국민의 관심이 높은 위기상황에 대한 처리능력 확보라는 이차적인 목표를 구현 할 수 있도록 함
  - 식품의약품안전청 언론보도 관련 '위기대응매뉴얼'에 따른 대응 조치

## 제4절 내부 커뮤니케이션

### 3.4.1 위해대안의 검토 및 평가

#### 가. 1차 실무검토

- 주관 : 위해관리 주관 부서
    - 역할 : 위해관리대안 총괄·지휘
  - 간사 : 위해관리 주관 사무관 또는 연구관
  - 관련팀 사무관 또는 연구관
    - 식품본부, 식품평가부, 유해물질관리단, 국립독성연구원
- ※ 위해 요인 및 사안에 따라 관련팀 추가 구성

#### 나. 2차 실무검토

- 주관 : 식품본부장(유해물질관리단장)
    - 역할 : 위해관리대안 총괄·지휘
    - 부서(팀)간 커뮤니케이션 업무 조정
  - 간사 : 위해관리 주관 팀장
  - 관련팀장
    - 식품본부, 식품평가부, 유해물질관리단, 국립독성연구원, 정책홍보팀
- ※ 위해 요인 및 사안에 따라 관련팀 추가 구성

다. 위해 요인의 불확실성, 논란여부에 따라 청·차장 주관으로 추가 검토 및 평가 실시 가능

### 3.4.2 검토 내용

- 위해관리대안 진행상황 파악
  - 위해 정도, 관련 규제·제도의 존재 여부, 관련국가 및 언론·여론 동향 등
- 위해관리대안 검토 및 이행방안 논의
- 위해의 구분 확인
- 위해별 리스크커뮤니케이션 방안 검토
- 외부와의 협조 협의 및 공동 대응 여부 결정
- 對 언론대책 검토 및 조치

#### ※ 외부 공개 여부 및 시기 판단 결정 기준

- 위해에 대해서 문제해결의 시급도
  - 이해당사자의 관심도
  - 정치·경제·사회적 파장
  - 통상문제 등 고려
- 
- 회의 결과는 본부장의 결재후 시행을 원칙으로 하되 필요시 청·차장 보고(구두/약식보고 가능)

※ 리스크커뮤니케이션 실시 단계별 고려사항

실시 단계	장 점	예상 문제점
위 해 인지단계	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 다양한 국내·외 식품 안전 정보의 접근성 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 식품관련 지식 부재 및 필요한 정보선택의 어려움으로 인한 혼란 가중</li> </ul>
사전조사 단 계	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 정책과정의 투명성 확보</li> <li>○ 식품안전관리의 신속성 확보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 해당식품 이미지 훼손</li> <li>○ 결과 발표시까지 불안감 증폭</li> <li>○ 해당제품 관련 산업의 경제적 손실</li> <li>○ 수입식품의 경우 “통상마찰” 요인 작용우려</li> </ul>
관리대책 마련단계	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 관리대책 마련에 따른 과학적·객관적 정보의 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 뒤늦은 발표로 인한 식품 행정에 대한 불신 초래 (예: “늦장대응”등)</li> </ul>
종결단계	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 종합적 정보의 제공 가능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 뒤늦은 발표로 인한 식품 행정에 대한 불신 초래 (예: “뒷북행정”등)</li> <li>○ 종결된 사안에 대한 불필요한 혼란 야기</li> </ul>

## 제5절 외부 커뮤니케이션

### 3.5.1 이해관계자 선정

농장에서 식탁까지의 모든 식품관리체계(생산, 가공, 유통, 판매 및 소비 포함)와 관련된 여러 다양한 개인 및 단체들은 식품 안전 위해에 영향을 받으므로, 위해평가자 및 위해관리자의 지원하에 커뮤니케이터는 가능한 한 위해분석절차중 모든 관련 이해관계자를 정확히 확인

#### < 이해관계자 참여시 유의한 점 >

- 문제시 되는 위해에 대한 다양한 의견, 생각 및 권고사항 등을 청취, 검토 및 고려할 수가 있어 위해분석절차의 결과 개선
- 위해에 대해 공정하게 정보, 생각 및 의견을 교환할 경우, 위해평가의 결과 및 위해관리대안의 투명성 증진
- 위해평가계획에 대해 검토 및 의견을 제시할 수 있는 이해관계자는 동 과정에서 제외된 이해관계자들 보다 결과를 보다 쉽게 이해하고 수용 가능함
- 이해관계자들의 협력하에 결정된 위해관리 방안이 보다 효과적이고 지속적이며, 관계자의 자발적이고 적극적인 위해 제거 활동에의 참여를 높일 수 있음

## 가. 이해관계자 형태

- 농·축·임·수산물 등 1차 산물 생산업자
- 식품 제조·가공업자, 수입업자, 유통업자, 판매업자
- 소비자, 일반국민
- 소비자, 환경, 종교 및 기타 비정부 단체, 공동체 집단 등
- 공공보건 공동체 및 보건기관 종사자
- 대학 및 연구기관
- 여러 다양한 지역, 문화, 경제, 윤리단체
- 민간협력단체
- 언론 등 대중매체
- 정부(중앙정부, 지방자치단체)

## 나. 이해관계자 선정 방법

- 위해관리 결정에 영향을 받을 수 있는지 여부  
(이미 영향을 받았다고 인지하고 있거나 영향을 받았다고 생각하는 집단 포함)
- 어떤 이해관계자가 유용한 정보 및 전문지식을 갖고 있는지 여부
- 어떤 이해관계자가 이전에 유사한 위해상황에 관련되었는지 여부

- 이전에 유사한 결정을 내렸을 때, 어떤 이해관계자가 관심을 표명하였는지 여부
- 위해분석절차에 참여시키지 않을 경우, 어떠한 이해관계자가 이의를 제기하겠는지 여부 등

### 3.5.2 이해관계자 분석

#### 가. 목적

대상이 되는 이해관계자의 특성에 커뮤니케이션의 방법, 내용, 배포 등을 맞추어 효과적인 커뮤니케이션 실현

#### 나. 분석 내용

- 위해에 관한 현재의 지식수준
- 가장 큰 관심사항
- 우려되는 사항
- 이해관계자를 대표하거나 지원해주는 특정 기관·센터의 유무
- 위해에 관해 알려주기 위해서 필요한 것
- 위해로부터 시민 스스로 피하거나 보호할 수 있도록 하기 위해서 취해야 하는 행동

## 다. 분석시 고려해야 할 사항

- 이해관계자가 알기 위해서 요구하는 핵심정보가 무엇인가?
- 현재 이해관계자가 알고 있는 것은 어느 정도인가?
- 대상 이해관계자의 흥미를 끌 수 있는 매체인가?
- 프로젝트를 수행하는 시간이 얼마나 걸리나?
- 이해관계자가 그러한 시간을 원하는가?
- 정보매체가 배포될 때 얼마나 쉽고 비용/효과적인가?  
( 또는 이벤트의 경우 얼마나 조직적인가?)
- 이러한 매체를 접하는 사람이 얼마나 많은가?
- 이벤트의 경우에는 얼마나 많은 사람이 참여하는가?
- 매체를 개발하고 배포하는데 필요한 시간은?
- 개발에 필요한 자원은 충분한가?
- 이미 확립된 이용 가능한 다른 관련된 메시지는 무엇인가?
- 커뮤니케이션 수법의 단계를 명확하게 하는데 효과적인가?
- 정보가 얼마나 보도가치가 있는가?

## 라. 분석 방법

- 이해관계자, 관련 대표와의 상담
- 이해관계자를 대표하는 기관 또는 지원기관과의 협의
- 전문가의 의견 청취

- 이행 수단을 개발한 동료와의 토의
- 위해관리 수행자 또는 전임자와의 토의
- 기존에 수행된 유사 위해관리 대안에 대한 평가자료 분석
- 상상력(imagination)의 이용 등

마. 이해공중 유형의 분류 및 유형별 전략

□ 식품안전에 대한 지식과 관여도에 따른 분류

구분	높은 관심	낮은 관심
높은 지식	활동공중 (Active Public)	인지공중 (Aware Public)
낮은 지식	관심공중 (Aroused Public)	비활동공중 (Inactive Public)

△ 활동공중(Active Public) :

식품안전에 대한 지식과 관심도가 높은 집단

△ 인지공중(Aware Public) :

식품안전에 대한 지식은 많지만 관심도가 낮은 집단

△ 관심공중(Aroused Public) :

식품안전에 대한 지식은 적지만 관심도가 높은 집단

△ 비활동공중(Inactive Public) :

식품안전에 대한 지식과 관심도가 낮은 집단

## □ 유형별 커뮤니케이션 전략

### (1) 활동공중(Active public)

#### ○ 특성

- 이슈에 대한 지식과 관여수준이 높은 집단의 구성원
- 상황을 감시하며 필요하다면 상황해결을 위해 조직화하는 성향
- 대체로 시민단체나 특별 이익집단의 지도자, 자신의 목적 달성을 위해 시간과 노력을 바치는 열성적인 사람들

### < 커뮤니케이션 전략 >

- 식품안전에 관한 지식수준이 높기 때문에 쉽게 커뮤니케이션 하기 어려우나 방치할 경우 적대적 관계가 될 여지가 크기 때문에 보다 적극적인 전략이 필요함
- 커뮤니케이션 주체의 진정성을 보여주는 것이 중요함
- <식품안전열린포럼>과 같은 직접적인 정보제공 및 상호 의견교환 등 대화의 장을 마련해야 함
- 온·오프라인 매체를 통한 커뮤니케이션은 물론 대인 커뮤니케이션과 사회적 커뮤니케이션 활동도 활발한 집단이므로 전방위적인 매체활용 전략을 필요로 함

## (2) 인지공중(Aware public)

### ○ 특성

- 어떤 상황이나 이슈에 대한 지식수준은 높은 편이지만 그에 대한 관여도가 낮은 집단의 구성원
- 조직이나 상황에 대해 알고 있지만, 직접적인 영향을 받지 않는 사람들
- 잠재적 쟁점의 원천, 과정, 그리고 결과를 명백하게 밝힐 수도 있지만 개인적 이해관계가 없음

### < 커뮤니케이션 전략 >

- 식품안전에 관한 지식수준이 높지만 관여하기를 꺼리는 경향임을 고려해야함
- 상황에 대한 냉소적 입장을 견지하는 태도의 이해필요
- 문제가 발생하여 행동의 동기가 부여될 경우에는 활동 공중으로 전환이 가능하므로 섬세한 전략이 필요함
- 부정확하거나 상황을 호도할 수 있는 선부른 정보를 제공할 경우 부작용이 우려됨
- 관여도는 낮지만 정보에 대한 관심이 높기 때문에 이들 수요에 적합한 정보 개발·관리가 필요함

### (3) 관심공중(Aroused public)

#### ○ 특성

- 어떤 상황이나 이슈에 대한 지식수준은 낮지만 잠재적인 문제나 쟁점을 인식하고 있는 사람들
- 관여도는 상대적으로 높은 편이며, 어떤 문제에 대해 동기화 되어 있지만 비조직화
- 문제해결에 필요한 지식과 기술을 획득하고 추가 동기가 부여되면 활동공중으로 전환 가능
- 개인적인 경험, 언론보도나 광고, 친구와의 토론, 사회운동단체나 정당 등이 제기한 쟁점에의 노출 등이 동기로 작용

#### < 커뮤니케이션 전략 >

- 활동적이고 관심이 많지만 지식이 부족하기 때문에 외부의 설득에 쉽게 넘어가는 경향임을 고려해야함
- 자신들이 신뢰하는 사람이나 집단에 의해 행동이 촉발될 가능성이 높음을 반영해야함
- 관심집단의 신뢰성을 회복하는데 초점을 맞춰야 함
- 직접적인 이해관계가 없는 제3의 전문가집단 활용
- 소비자단체와의 협력을 통한 간접적 커뮤니케이션 전략이 바람직함

#### (4) 비활동공중(Inactive public)

##### ○ 특성

- 대체로 어떤 상황이나 이슈에 대한 지식수준과 관여도가 모두 낮은 집단의 구성원
- 일반적으로 조직의 활동이 자신들에게 가져올 결과(중요성)에 대해 인식하고 있거나 인식 못하고 있을 수도 있는 조직의 이해공중
- 대체로 조직과의 관계에 만족하는 경향이 높음
- 비활동공중이 어떤 문제에 소극적인 이유
  - 첫째, 아무런 문제가 없다고 믿는 경우
  - 둘째, 문제를 인식하고 있다고 하더라도 그 문제가 어떤 조치를 취할 만큼 중요하다고 생각하지 못하는 경우
  - 셋째, 설령 중요한 문제라 할지라도 자신이 나서지 않아도 다른 사람들이 알아서 처리할 것이라고 생각하는 경우
  - 넷째, 자신이 할 수 있는 것은 아무 것도 없다고 생각하는 경우

#### < 커뮤니케이션 전략 >

- 문제에 대한 중립적인 입장이지만, 이들과의 관계형성에 따라 협력공중이 될 수도 있고 적대공중이 될 수도 있는 상황임을 이해하여야함
- 커뮤니케이션 행동에서도 소극적 경향임을 고려해야함
- 커뮤니케이션의 참여를 위한 적극적인 유도전략을 모색

## 이해공중별 리스크커뮤니케이션 요약

구 분	리스크커뮤니케이션 요약
활동공중	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 소비자단체의 핵심구성원 및 참여의식 높은 공중 등</li> <li>· 상황에 대한 지식수준이 높아 커뮤니케이션이 어려움</li> <li>· 진정성을 보여줌으로써 대화의 계기 마련이 필요</li> </ul>
인지공중	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 관련 분야에 대한 전문성을 가진 지식인 집단</li> <li>· 관련 문제에 대한 냉소적 경향이 강함</li> <li>· 부정확한 정보제공이나 정보의 왜곡·축소 등 자극 금물 (자극으로 적대공중화)</li> <li>· 협력공중이 될 수 있도록 지속적 교류 추진</li> </ul>
관심공중	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 감성을 자극하는 선동에 쉽게 넘어가 행동</li> <li>· 이성적 정보만으로는 설득이 곤란</li> <li>· 공신력 있는 전문가, 언론매체, 소비자단체를 통한 간접 커뮤니케이션 필요</li> </ul>
비활동공중	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 과거에는 커뮤니케이션 대상에서 제외</li> <li>· 중립적인 입장이지만 어떻게 대응하느냐에 따라 협력 공중 또는 적대공중이 될 수도 있음</li> <li>· 소극적인 이들을 끌어낼 적극적 커뮤니케이션 전략 추진이 필요</li> </ul>

### 3.5.3 매체 선택 및 이행

#### 가. 매체 수단

수 단	주요내용
설문조사 (Survey)	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 특별한 식품안전 이슈 또는 관심사에 관하여 수행</li> <li>◦ 발생 가능한 위해에 관하여 국민의 관심사항과 의견 표현</li> <li>◦ 관리자나 정부기관이 위해관리 및 평가 결정시 결과 활용가능</li> </ul>
전시 (Exhibits)	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 의견(idea)이나 프로젝트를 시각적인 형태로 표현하여 국민들의 이해도를 제고</li> </ul>
회의 (Meeting)	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 회의안내, 논쟁중재, 토의시 이용되며, 적극적인 반응(feedback)을 제공</li> <li>◦ 커뮤니케이터가 모든 참가자들의 동등한 발언을 유도함으로써 신뢰와 평등의 분위기 조성</li> </ul>
인터넷 (Internet)	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 강력하고, 직관적인 탐색 기능으로 특정 정보를 신속히 발견 수집</li> <li>◦ 대중과 함께 커뮤니케이션을 할 수 있으며 정보 자료의 추천 가능</li> </ul>
우편 (Direct Mail)	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 전자적 형식으로, 性(성), 제목, 기관, 도시, 지방 또는 특정 관심사항에 따라 정리되는 일종의 데이터 베이스(D/B) 및 영역(filed)</li> </ul>
대중매체 (Mass Media)	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 대중매체는 지역사회 구성원에게 중요하고 즉각적인 의미를 제공하여 상호작용 가능</li> <li>◦ 사실에 대한 공개 범위의 통제 곤란 (즉, 대중에게 정확한 의미의 정보제공보다 언론의 특성상 이슈 또는 문제점 위주의 정보 전달에 치중 우려)</li> </ul>

<b>현장 활동 (On-site Activities)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 현장 방문이나 조망(observation deck)과 같은 현장 활동을 통해서 사람들에게 이슈를 쉽게 이해시킴</li> <li>◦ 프로젝트나 중요 과정이 수행되는 작업에 대하여 현장 활동의 설명, 거주자 교육, 기술 정보의 표현, 특정 질문에 대한 답변 등을 위해서 언제나 이용가능</li> </ul>
<b>통지 (Notices)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 정부기관 결정과 주요 프로젝트에 대한 코멘트 기간을 대중에게 알림</li> <li>◦ 주요 발표사항을 많은 사람들에게 전달이 목표</li> <li>◦ 지역신문, 지역 라디오를 통한 방송에서 발표되거나 우편으로 발송</li> <li>◦ 눈에 띄는 장소에 간단하고, 명확한 메시지로 표현</li> </ul>
<b>특별 이벤트 (Special Events)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 영향받는 지역사회 주변의 활동으로 주요 사건의 수행을 공표</li> <li>◦ 위해성 평가 또는 관리에 관하여 지역주민 교육</li> <li>◦ 영향받는 지역사회 주변의 긍정적인 활동으로 지역사회 구성원 참여</li> </ul>
<b>무료 핫라인 (Toll-Free Hotline)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 기관의 최신정보와 지역사회의 질문사항에 관한 무료 핫라인 구축</li> <li>◦ 국민의 참여와 반응(feedback)을 독려하는데 매우 효과적</li> </ul>
<b>워크샵 (Workshops)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 국민 대상의 주제 설명, 지식 향상, 위해성 평가 및 관리방법 설명 등 수행으로 국민이 프로젝트를 직접 수행할 수 있도록 하는 참여 세미나</li> <li>◦ 영향받는 지역사회 대상의 각 주제에 관한 단기강좌로서 발전 가능</li> <li>◦ 기술 전문가 초청 가능</li> </ul>

## 나. 주요 이해관계자별 매체

주요이해관계자	주요 매체
<p>일반국민</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역집회</li> <li>• 신문기사 및 광고</li> <li>• 라디오 및 TV 방송프로그램</li> <li>• 전단지, 광고물 등 홍보물</li> <li>• 도서관에 비치된 영화, 비디오 등</li> <li>• 직접적인 편지 발송</li> <li>• 공청회</li> </ul>
<p>소비자단체, 시민운동가, Opinion leader</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 빈번한 전화, 전송, 이메일</li> <li>• 공청회</li> <li>• 설명서 또는 안내서</li> <li>• 방문 상담</li> <li>• 포럼(식품안전열린포럼), 워크샵, 세미나 등 초빙</li> <li>• 각종 관련 회의</li> <li>• 뉴스 발표</li> <li>• 문서 등 통지문</li> </ul>
<p>매스미디어</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전하고자 하는 메시지에 초점을 둔 뉴스 발표</li> <li>• 명료하고 유익한 정보를 전하는 안내서, 설명서</li> <li>• 현지 방문 설명 등</li> <li>• 기자 회견</li> </ul>

### 3.5.4 대중매체

#### □ 보도자료 작성 및 배포

구 분	항 목
목적	위해요인에 대한 관리 조치 등 전반적 설명
시기	필요한 시기
담당부서	각 해당부서
담당자	각 해당부서장
장 소	정책홍보팀 및 각 해당부서
대 상	전 매체 (식약청 출입기자단)
조 치 내 용	<ul style="list-style-type: none"> <li>○주간 보도자료 배포계획에 따라 보도자료 작성</li> <li>○긴급을 요하는 경우 계획에 관계없이 작성</li> <li>○보도자료 작성 후 해당부서와 최종 문구검토후 배포</li> <li>○배포후 담당기자의 질의에 대한 응답 및 접촉</li> <li>○배포는 가능한 한 일반적인 언론의 마감시간인 오후 4시 이전까지 행해지나 통상 오전(12시 이전)에 배포 완료되도록 함</li> </ul>
방 법	<ul style="list-style-type: none"> <li>○정확한 사실(fact)에 근거하여 보도자료 최종확인후 전 매체(신문, 방송, 전문지, 인터넷 매체 등)에 배포</li> <li>○사안에 따라 기자회견 규모를 결정</li> <li>○준비된 보도자료(기사, 가용 시청각자료 등)와 사실(fact)중심 보충자료 활용</li> <li>○배포방법은 서면배포, 식약청 홈페이지에 공지, 기자별 매체별 이메일, 전화, 우편, 팩스, 가용 정보통신망 중 선택하여 이용</li> </ul>
비 고	배포시기는 통상적인 경우 마감이전에 이뤄지지만 긴급한 사안이나 시급성을 요하는 경우 마감이후에도 배포가능

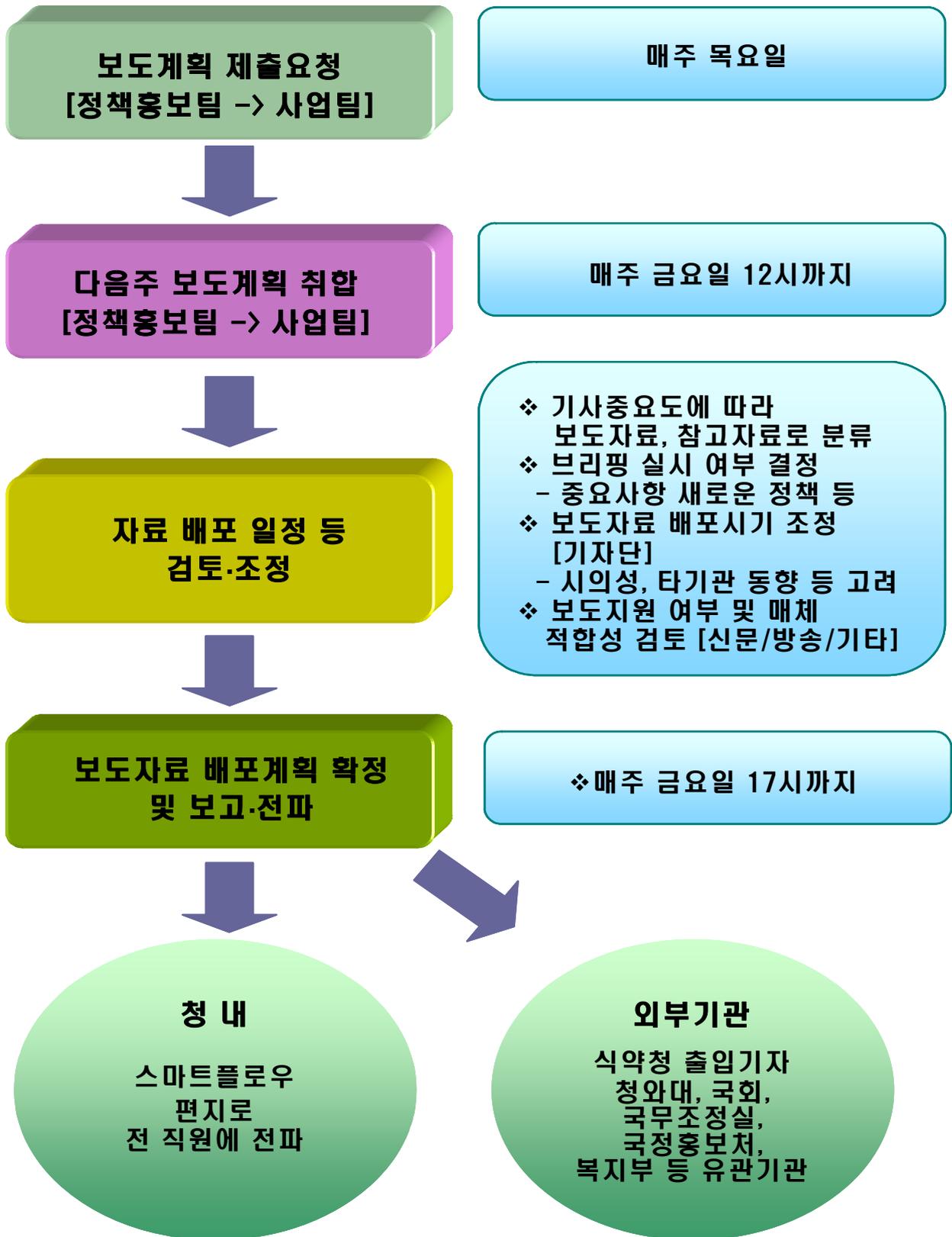
○ 보도자료 배포시기 및 방법

<p><b>배포 시기</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중요 사안은 언론사 편집 회의시 반영될 수 있도록 하루, 이틀 전에 구두 설명 또는 자료를 배포</li> <li>단, 단신 등의 조간은 전일 오전 중, 석간은 오전 11시경 배포</li> </ul>
<p><b>배포 방법</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 보도자료 배포 시 담당기자 사전 확인, 직접 통화 후 자료 전달</li> <li>• 담당기자 부재시 데스크나 당직기자에게 전달하고 설명</li> <li>• 출입기자 인적사항 업데이트 보관, 관리</li> <li>• 기자 이메일로 각종 자료 및 보도자료 전송</li> </ul>
<p><b>배포 후</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 담당기자의 보충취재에 대비 미리 충분한 관련자료 확보 및 내용 숙지</li> <li>• 전문적 내용문의 시 해당 부서장이나 책임 있는 간부에게 연결하거나 사전에 보도자료에 문의처 명기</li> <li>• 자료가 없어 응대하지 못할 경우 곧바로 자료를 보완하여 신속 전달</li> <li>• 부정적 보도가능성에 대비하고 사업관련 개요, 직원 현황 등 기본자료 항상 준비</li> </ul>

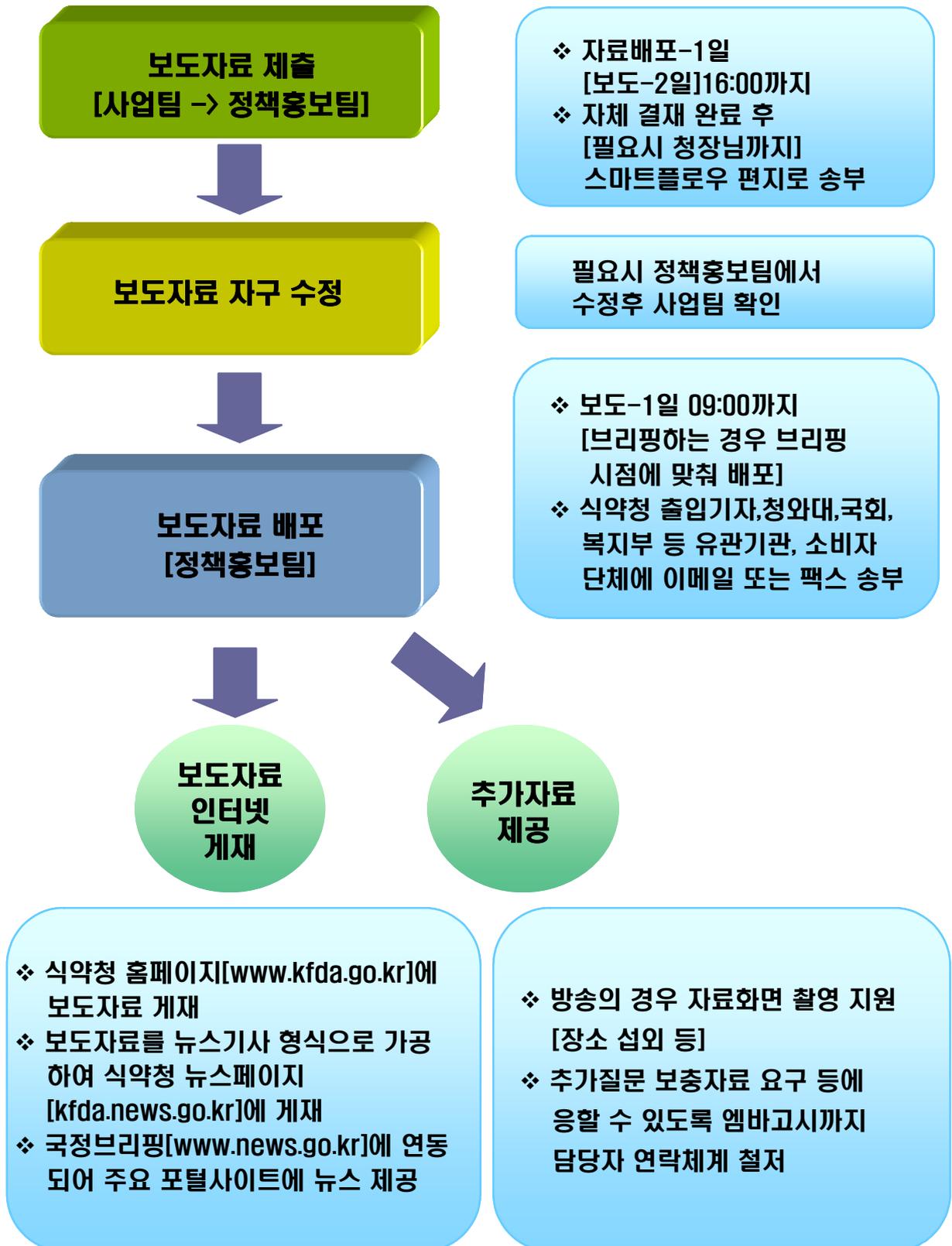
○ 사진 자료 배포

<p><b>배포 방법</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사진은 정확한 사진 설명문과 함께 배포</li> <li>• 기사내용이 중요하고 사진이 꼭 필요한 경우, 신문사에 사진기자 파견 요청</li> <li>• 촬영불가 시 전년도 사진 및 유사한 사진 대체, 담당기자에게 양해요청</li> <li>• 필요시 복사서비스 및 전문업체 활용 후 확인</li> <li>• 중요사안은 언론사 편집회의 시 반영될 수 있도록 하루, 이틀 전에 구두 설명 또는 자료 배포</li> <li>단 단신 등의 조간은 전일 오전 중, 석간은 오전 11시경 배포</li> <li>• 최종 마감은 조간 오후 2-3시, 석간은 당일 9시까지 배포</li> </ul>
---------------------	--

○ 식약청 보도자료 배포 계획(주간)



○ 보도자료 배포



□ 언론 브리핑 실시

구 분	항 목
목 적	국민생활과 밀접한 중요 현안사항 발생으로 적극적인 홍보(언론보도)가 필요할 때 실시
시 기	필요시
담당부서	홍보팀 및 각 해당부서
담당자	브리핑 발표자 : 청(차)장 (필요시 관련본부장)
장 소	브리핑룸(생물생명공학의약품실험동 1층)
대 상	전 매체 (식약청 출입기자단)
조 치 내 용	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 현안에 대한 발표와 질의응답을 통해 국민의 이해와 지지를 얻고자 관련사항을 언론(국민)에게 소상히 제공</li> <li>○ 요점 중심으로 간단 명료하게 발표</li> <li>○ 브리핑 종료와 함께 식약청 홈페이지에 인터뷰 주요 내용 게재</li> <li>○ 추가 취재 요청시 특별한 사유가 없는 한 협조 (* 추가 자료는 브리핑 참석자 모두에게 똑같이 제공)</li> <li>○ 사전에 홍보책임자 자질에 적합한 인물로 선정하여 훈련을 실시</li> </ul>
방 법	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 매주 금요일 주간 보도자료 배포계획 통보시 브리핑 일정 고지(* KTV 브리핑 생중계 일정 : 화요일 11~12시)</li> <li>○ 특정 문제보도 게재시 비정기적으로 일정 확정</li> </ul>
비 고	언론 브리핑은 시작 5분전까지 리허설 실시와 모든 장비준비를 완료하고 발표직전까지 상황변화를 점검

### ○ 언론 브리핑 개요

- 국정에 대한 발표와 질의응답을 통해 국민 이해와 지지를 얻고자  
관련사항을 언론(국민)에게 소상히 제공
- 국민생활과 밀접한 중요 현안사항 발생으로 적극적인 홍보(언론  
보도)가 필요할 때 실시
- 브리핑 발표자 : 청 · 차장(필요시 본부장/ 및 대변인)
- 실시주기 및 시간 : 반기 1회 이상, 화요일 11:00~12:00  
특정 문제발생시 비정기적 보도자료 발표
- 브리핑 장소 : 브리핑룸(생물생명공학의약품실험동 1층)

### ○ 언론 브리핑 준비

- 브리핑 목표의 설정(정보제공, 해명, 설득 등)
- 참석 취재진의 연구(관심사항 등)
- 예상되는 이슈에 대한 정부의 입장과 질의 답변서 준비
- 충분한 리허설 실시(질의 응답 중심으로)
- 발표 직전까지 상황변화 등을 점검

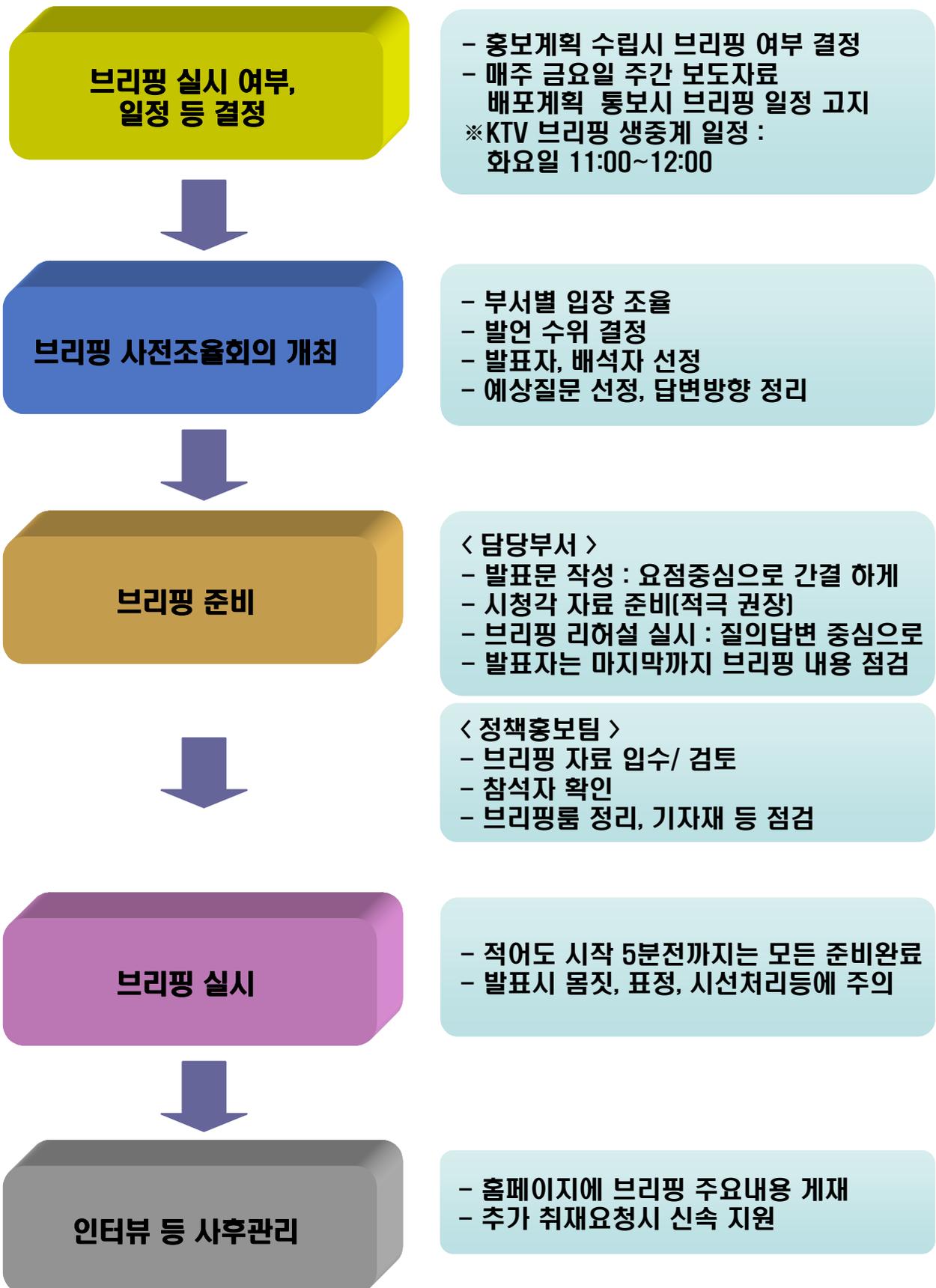
### ○ 브리핑 발표문 작성

- 요점 중심으로 간단 명료하고 간결하게 다듬을 것
- 발표문의 헤드라인은 하나만 쓸 것.
- 브리핑 목적과 발표내용의 부합여부를 다시 한번 검토
- 수치 · 전문용어 등의 검증
- 원고는 읽기 편하도록 작성

### ○ 브리핑 사후조치

- 브리핑 종료와 함께 홈페이지에 인터뷰 주요 내용 게재
- 추가 취재 요청시 특별히 사유가 없는 한 협조
- 추가 자료는 브리핑 참석자 모두에게 똑같이 제공

○ 브리핑 체계



□ 자료제공 및 인터뷰 실시

구 분	항 목
목 적	중요 현안사항에 대한 자료제공 및 인터뷰 실시를 통한 적극적인 홍보(언론보도) 필요시
시 기	필요시
담당부서	각 해당부서
담당자	각 해당부서장
장 소	정책홍보팀 및 각 해당부서
대 상	전 매체 (식약청 출입기자단)
조 치 내 용	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 각 사업과로 먼저 연락이 왔을 경우는 반드시 정책홍보팀 경유</li> <li>○ 취재(인터뷰)에 응하기 전 취재의도 파악</li> <li>○ 자료나 인터뷰 준비시간 확보</li> <li>○ 비보도전제(Off-the-record)로 말하지 않을것</li> <li>○ 개인적 의견이나 입장은 말하지 않고 공식적인 입장만 표명</li> </ul>
방 법	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 문제성 보도라는 판단시에는 기자의 취재요청에 무조건 승낙하거나 즉석 답변보다 별지의 Media Service Planner작성에 필요한 질문을 함으로써 사안에 대한 자료 등을 준비할 시간과 생각하는 여유를 가질 것</li> <li>○ 인터뷰후 즉시 정리하여 정책홍보팀 제출(스마트플로우 편지)</li> </ul>
비 고	인터뷰 등을 거절하거나 자료제공을 할 수 없을 경우에는 충분한 이유를 설명하고 이해를 구할 것

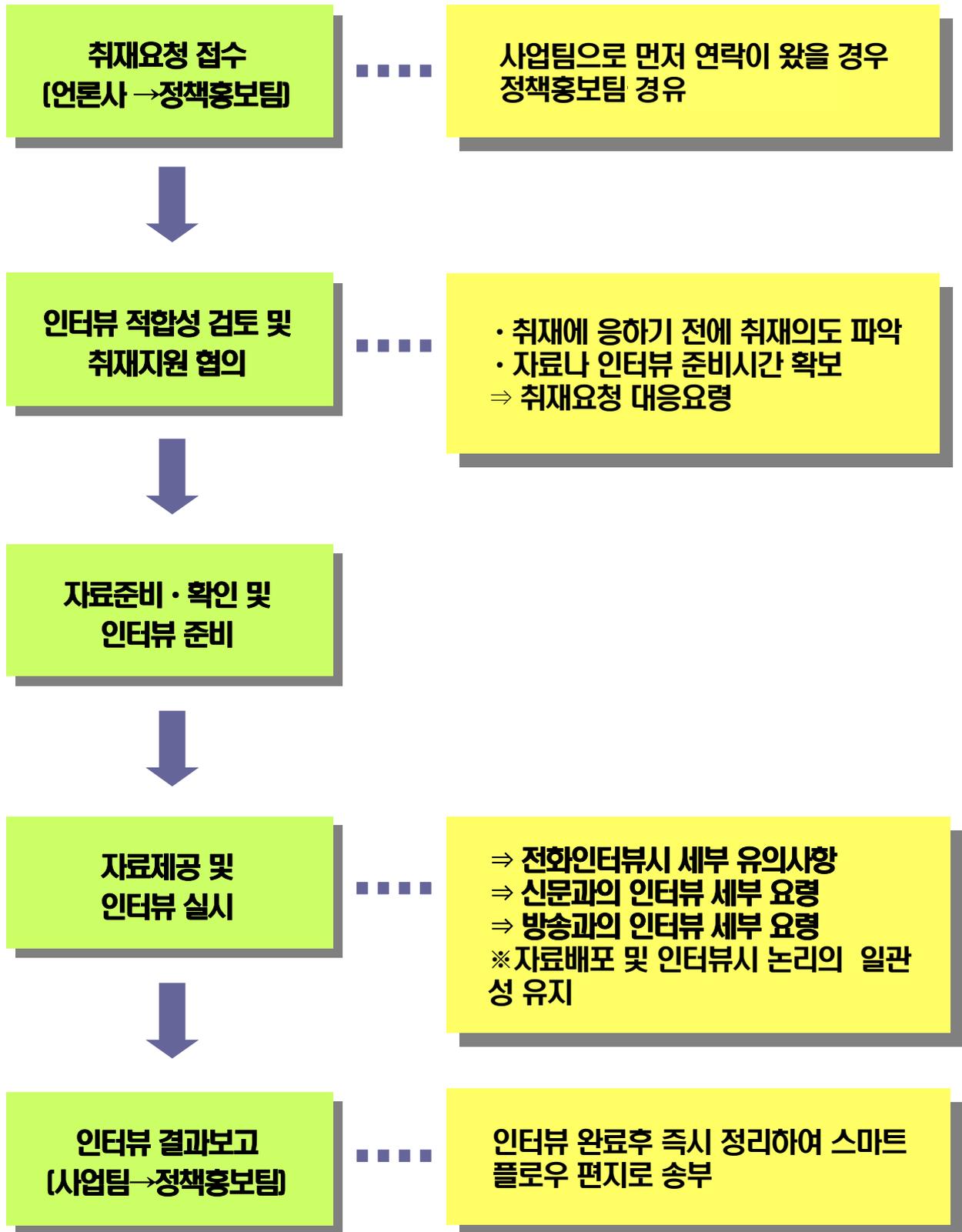
○ 언론인 접촉전 확인 사항

- 매체와 성명, 연락처 : 인쇄 또는 전자매체에 따라 각각 다른 자료준비 필요
- 취재 목적과 방법 : 목적과 방법을 고려하지 않을때 부정적 결과의 미연 방지 및 우호적 교류의 곤란
- 접촉대상과 보도비중 : 언론 대응시 훈련과 철저한 준비 필요
- 제출자료 및 스케줄 : 원활한 취재지원, 상호접촉에 차질이 없도록 스케줄 사전 조율
- 녹음기 준비 : 취재기자가 녹음(몰래 녹음포함)하는 경우에 대비 하여 함께 녹음하는 것은 실례가 되지 않으므로 준비

○ 언론인 접촉요령

- 반드시 접촉목적과 주제에 가장 부합하는 자료 제시
- 신중하게, 과장하지 말것
- 명확하지 않은 질문에 애매한 대답은 금물
- 자신감을 보임(자신감은 상대방에게 신뢰감을 줌)
- 상대방에 대한 사전 정보(지식, 전공 등) 입수
- 오프더레코드(Off the Record) 발언은 금물

○ 취재(자료)요청시 대응 - 식품의약품안전청



## □ 취재요청 대응요령

### ○ 언론의 취재 요청은 그 사안에 대한 최종 확인 단계임

- 기획기사인 경우에는 주위 환경에 대한 취재를 마치고 최종 확인단계이므로 정중하고 친밀감있게 응대
- 취재 요청을 받아들여야할 경우에는 처음부터 긍정적으로 받아들임으로써 기사의 충실도를 높일 수 있다는 자세 필요

### ○ 단순 확인하는 경우에는 현장 답변이 가능하나 문제성 보도가 예견될 경우에는 신중한 자세 필요

- 문제성 보도라는 판단이 들 경우에는 기자의 취재 요청에 무조건 승낙하거나 즉석 답변보다는 보도에 뒤따를 수 있는 여파를 항상 생각할 것
- Media Service Planner(별지) 작성에 필요한 질문을 함으로써 사안에 대하여 자료 등을 준비할 시간과 생각할 여유를 가짐

### ○ 매체 및 기자의 이름, 취재목적, 취재의도를 정확히 파악

- 결재라인에 즉시 보고(정책홍보팀과 협의)하여 인터뷰 수락 여부 결정
- 긴급히 취재 요청에 응해야 할 경우에는 유선보고(핸드폰 등)후 시행

### ○ 해당되는 문제만 생각하지 말고 다른 사업 또는 다른 법과의 연관성을 고려할 것

- 예를 들어 축산식품행정에 대한 취재 요청에 대하여 관련 사안이 축산물 가공처리법에는 어떻게 규정되어 있는지 연관관계를 평상시에 포괄적으로 정리 필요
- 법령관계뿐 아니라 유사 업무를 수행하는 다른 부처의 업무 등과의 관계도 평상시 정리

### ○ 인터뷰 등을 거절하거나 자료제공을 할 수 없는 경우에는 충분한 이유를 설명하고 이해를 구할 것

- 언론사의 취재가 불가피하거나 일반 국민들이 알아야 할 사항이라면 거절해서는 안 되며, 올바른 정보 제공을 위해 적극적으로 대처
- 특히 최종결재를 받지 못한 것이라는 사유는 담당공무원의 입장에서는 몰라도 기자입장에서는 타당한 사유가 되지 못함

## ○ 인터뷰 순서 및 대응방법



인터뷰 요청 접수	인터뷰 여부 결정	인터뷰 준비	인터뷰 시행	내용 확인 및 모니터링
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인터뷰 요청시 확인사항</li> <li>• 요청 매체</li> <li>• 취재기자, 인터뷰 목적, 방법</li> <li>• 인터뷰대상, 일시</li> <li>• 기사형태, 비중</li> <li>• 게재일 및 사진 촬영 여부</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 확인사항 정리, 보고 요청 내용, 대상자, 시급성을 고려해 실시여부 결정</li> <li>• 가능한 빠른 시간 내 의사결정 통보, 거부 시는 타당한 해명 및 양해를 구함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인터뷰 의제와 시간 결정</li> <li>• 인터뷰 대상자 선정 및 내용 숙지</li> <li>• 인터뷰 요령에 대한 교육</li> <li>• 관련 자료의 충실한 준비 [특히 숫자나 고유 명사는 반드시 확인]</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 하고 싶은 말을 정확히 하고 가장 중요한 것을 서두에서 시작</li> <li>• 질문에 끌려가지 말 것</li> <li>• 답 위주로 할 경우 인터뷰 전체가 아닌 일부분만 인용되는 경우 많음</li> <li>• 최소한 3가지 메시지 준비 및 주요 포인트 재차 반복</li> <li>• <b>답변 요령</b></li> <li>• 공중 가치관에 답변 포인트 맞춤</li> <li>• 답변은 간결/명확하게 하고 많이 말하지 않음</li> <li>• 감정에 치우치지 않고 사실을 과장하지 않음</li> <li>• 명확하지 않은 질문에 애매하게 대답 않음</li> <li>• off-the record는 가능한 사용하지 않음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인터뷰 후 취재 기자와 연락하여 추가 및 보충 자료, 기사내용 확인</li> <li>• 기사 모니터링 및 내용 확인 [오보시 확인]</li> <li>• 인터뷰 대상자에게 기사 내용 통보</li> </ul>

## 제6절 효과측정

### 3.6.1 개요

- 일반 대중에게로의 위해교류(risk communicating)의 중요성 때문에, 얼마나 효과적으로 교류(communicating)하였는가를 측정하는 것은 반드시 필요
- 교류대상이 알고 있는 것이 무엇인가도 중요하지만 무엇을 모르고 있는지를 파악하는 일도 매우 중요

### 3.6.2 여론조사

#### 가. 일대일 면접조사(One-to-one Interview)

- 가장 광범위하게 쓰이는 조사방법
- 구체적인 인식이나 의견, 태도 조사 가능
- 다소 많은 비용과 장시간 소요되는 단점

#### 나. 설문조사(Survey)

- 비교적 저렴한 비용으로 손쉽게 할 수 있는 조사방법
- 설문지의 표현방법, 구성은 물론 조사대상자가 설문지를 작성하는 과정에서 오해와 편견이 작용할 소지
- 특정 이슈와 관련된 조사보다는 비교적 일반적인 내용들에 대한 검증이나 의견 등을 물어보는데 많이 사용

## 다. 온라인 조사

- 인터넷을 이용한 온라인 조사는 적은 비용으로 신속하게 실시 가능
- 표본 구성이 한정되어 대표성이나 신뢰성이 떨어짐.
- 다양한 생각과 의견, 태도 등을 알아보고자 할 때 주로 사용

## 라. 전화 조사

- 가장 신속하게 필요한 정보나 자료를 구할 수 있음
- 갑작스런 이슈나 사건 발생시 즉각적으로 활용 가능

## 마. 휴대폰 조사(Mobile Survey)

- 휴대폰 소지자 개인에게 접근할 수 있으므로 가장 신속하게 조사 가능
- 인구통계학적 특성에 따른 대표성 확보 용이

## 바. 패널조사(Panel Discussion)

- 대표성을 띤 오피니언 리더나 일반 국민 패널을 구성하여 자유토론이나 면접, 전화, 설문조사 등을 통해 필요한 의견이나 아이디어, 정보 등 입수
- 조사에 참여하는 패널구성원의 선입견이나 고정관념을 막기 위해 구성원의 정기적 교체 필요
- 주로 정책의견조사, 아이디어 탐색 등에 많이 활용

### 3.6.3 언론모니터링

#### 가. 이슈 모니터링

- 식품의약품안전청 업무와 관련된 각종 이슈들에 대한 언론 보도의 흐름이나 태도를 파악
- 커뮤니케이터가 식약청의 정책이나 의사결정에 대한 자문, 올바른 보도자료의 작성, 내용구성, 배포 등을 가능케 함

#### 나. 기회 모니터링

- 최근 매체의 숫자가 증가하고 다양해짐에 따라 핫뉴스 보다는 소프트한 뉴스, 고정칼럼, 인터뷰, 기획특집 등을 통한 홍보기회가 대폭 늘어남에 따라 이에 대한 지속적인 모니터링
- 보도자료, 배경자료 제공, 브리핑 등을 할 기회를 찾아내기 위한 작업

#### 다. 보도결과 모니터링

- 배포한 보도자료에 대한 보도결과를 모니터링한 뒤 일목요연하게 정리·분석
- 언론보도 결과가 당초의 커뮤니케이션 목표와 부합하는지 등을 검토해 미비점 수정 보완 가능

# < 부 록 >

## 가. 식품등의 위해관련 협조 접촉창구

### 내부 접촉 부서

구 분	소 속	비상연락처		
		사무실	FAX	비 고
식 약 청 (식품본부)	식품안전정책팀	02)380-1726	02)388-6396	
	식품관리팀	02)380-1633	02)382-9445	
	수입식품팀	02)380-1733	02)352-6392	
	식품안전기준팀	02)380-1347	02)388-2416	
	위해관리팀	02)352-4641	02)352-0046	
	위해정보팀	02)352-5781	02)352-5754	
	위해기준팀	02)352-4797	02)352-4606	
	식품미생물팀	02)380-1681	02)380-1615	
	잔류화학물질팀	02)380-1673	02)380-1378	
	식품오염물질팀	02)380-1669	02)380-1359	
	용기포장팀	02)380-1695	02)380-1361	
	신종유해물질팀	02)380-1665	02)382-4892	
(영양기능 식품본부)	건강기능식품팀	02)380-1315	02)382-6380	
	신소재식품팀	02)380-1332	02)380-1656	
	건강기능식품규격팀	02)380-1316	02)380-1320	
	영양평가팀	02)380-1677	02)380-1358	
	식품첨가물팀	02)380-1686	02)354-1399	
지방식약청	서울청	02)2640-1373-88	02)2640-1361	
	부산청	051)602-6100	051)602-6245	
	경인청	032)442-4607-8	032)442-4609	
	대구청	053)592-7135-6	053)592-2710	
	광주청	062)602-1401-2	062)602-1500	
	대전청	042)488-5541	042)488-5545	

□ 외부 접촉 부서

기 관 명	전화(당직실)	비 고
농 립 부	02)503-7200	
해양수산부	02)3148-6112.3	
환 경 부	02)504-9278	
한국보건산업진흥원	02)2194-7498	
한국식품공업협회	02)585-5052(교:108)	
서울특별시	02)3707-9011-2	
부산광역시	051)888-2222	
대구광역시	053)429-2222	
인천광역시	032)440-2222	
광주광역시	062)606-2222	
대전광역시	042)600-2222	
울산광역시	052)229-2222	
경 기 도	031)249-2222	
강 원 도	033)254-2011	
충 청 북 도	043)220-2222	
충 청 남 도	042)250-2222	
전 라 북 도	063)280-2652	
전 라 남 도	062)607-2222	
경 상 북 도	053)943-2020	
경 상 남 도	055)211-2222	
제 주 도	064)746-2525	

□ 유관기관 및 단체

소속 및 직위	비상연락	
	사무실	사무실(FAX)
국무총리실 사회복지심의관실	02)3703-3892	02)738-2859
보건복지부 식품정책팀장	031)440-9115-8	031)440-9119
농림부 축산물위생과장	02)500-1916	02)503-0020
해양수산부 유통가공과장(식품팀)	02)3148-6924	02)3148-6919
환 경 부 화학물질과장	02)504-9288	02)504-6068
한국보건산업진흥원 식품산업단장	02)2194-7435	02)824-1764
한국식품공업협회 업무부장	02)585-5052(131)	02)3471-3616

## 나. 식품관련 단체현황

(2006.1현재)

순번	단체명	설립 년도	대표자	회원구성	회원 업소수	소재지	전화
1	한국식품공업협회	1969	박승복	식품제조업	106	서울 서초구 방배동 1002-6	585-5052
2	한국건강기능식품협회	1988	남승우	건강기능식품 제조업	175	서울 서초구 방배동 882-33 세일빌딩 4층	3479-2100
3	(사)대한제과협회	1966	김영모	제과업	7,000	서울 서초구 서초동 1431-9 대한제과협회빌딩 4층	2055-3347
4	한국음식업중앙회	1966	고인식	일반음식업	426,665	서울 중구 신당2동 410-1	2232-7911
5	한국조리사중앙회	1985	강민수	조리사	35,000	서울 종로구 행촌동 27-1 일성빌딩 3층	734-1545
6	한국식품영양과학회	1996	함승희	학술단체	1,199	부산시 금정구 장전3동 634-25	051)512-3168
7	한국식품임가공협회	1990	김재현	즉석떡류 임가공	9,430	서울 동대문구 신설동 31-1(영일빌딩 503호)	929-2434
8	한국면류공업협동조합	1981	곽재섭	국수등생산업	108	서울 구로구 구로5동 104-10 동남오피스텔 303호	830-2091
9	한국제합식품공업 협동조합	1986	도문기	팔·양금 제조업	22	서울 마포구 아현동 437-3 (고려아카데미텔 1711호)	313-4096
10	한국인삼제품협회	1973	최석기	인삼제품 제조업	75	서울 종로구 연지동 114-1 한국인삼제품협회	3672-8503
11	한국재제염공업 협동조합	1997	구본화	재제염제조업	26	인천광역시 부평구 청천2동 234-14	032)529-6988
12	한국곡물제분공업 협동조합	1997	선경환	곡물제조업	37	서울 용산구 한강로2가 314-1 용성비즈텔 1302호	2077-1313
13	한국연식식품공업 협동조합연합회	1972	김기순	두부류제조업	11	서울 서초구 서초동 1695-13(요셉빌딩 601호)	3477-2630
14	한국해조류가공식품 공업협동조합	1990	김규수	김가공업	66	서울 송파구 송파동 85-1 창요빌딩 403호	419-0530
15	한국통조림식품공업 협동조합	1992	유현중	통조림제조업	20	서울 서초구 양재동 84-5 구보빌딩 7층	573-6283
16	한국압착식용유업 중앙회	1990	염호열	즉석참기름 제조업	10,070	서울 성동구 마장동 518-8 우일빌딩 302	2294-2269 295-3174
17	한국추출가공식품업 중앙회	1991	권병남	추출가공 식품	6,963	서울 금천구 독산1동 711-2 금천현대(아)상가 304호	805-3214
18	여수오천단지해산물 가공업협동조합	1982	관한용	해산물가공업	32	전남 여수시 오천동 249-2	061)651-9401
19	대한병과공업협동조합	1995	방남휴	병과(떡) 제조업	16	서울 중랑구 면목동 228	2207-3141

순번	단 체 명	설립 연도	대표자	회원구성	회원수	소 재 지	전 화
20	한국도시락식품공업 협동조합	1992	김호균	도시락식품 제조업	56	서울 금천구 독산동 330-7	804-0434
21	한국김치절임식품 공업협동조합	1979	김형수	절임식품 제조업	154	서울 송파구 방이2동 51-11 대중빌딩 6층	2203-6567
22	대한장류공업협동조합	1962	송인섭	장류제조업	81	서울 송파구 잠실본동 248-13 장류회관	424-3141
23	한국죽염공업협동조합	1996	김윤세	죽염제조업	15	서울 영등포구 여의도동 16-2중소기업회관 B 127호	736-9585
24	한국어육제품공업 협동조합	1986	박세준	어육연제품 제조업	90	서울 서초구 반포4동58-6 상영빌딩 4층	592-6296
25	한국제빵공업협동조합	1970	정현도	빵류제조업	23	서울 영등포구 여의도동 12-5 중앙보훈회관 701호	783-2152
26	한국조미료공업 협동조합	1992	이연수	조리료제조업	20	서울 송파구 방이동 168-17	2202-6857
27	한국청량음료공업 협동조합	1990	안정식	음료수제조업	20	서울 강서구 등촌1동 649-14우린빌딩 925호	3661-2105
28	연구한국포장두류 식품협회	1999	배종찬	포장두류식품 제조업	20	서울 송파구 185-5 ECMD 빌딩 5층	3400-7744
29	(사)한국제분공업협회	1955	이희상	밀가루제조 가공업	8	서울 중구 남대문로5가 118	777-9451
30	(사)한국급식관리협회	2000	박홍자	급식공급업체	150	서울 서초구 양재2동 373 동 진빌딩 302호	579-0079
31	한국식품수출입협회	2000	이정식	식품수입업체	76	서울 구로구 구로3동 187-10 코오롱사이언스밸리1차 710호	2025-2858
32	(사) 한국 카카오 ·초콜릿기술협의회	2001	변유량	카카오·초콜릿업	30	서울 마포구 도화동 250-4 근신빌딩 본관 515호	031)781-0905
33	(사)한일외식문화 교류협회	2002	최인식	외식사업체	34	서울 서초구 방배동 866-7 대우디오빌 222호	568-7310
34	(사)한국식품안전협회	2003	신광훈	식품제조 가공업체	17	서울 영등포구 여의도동 43-3 홍우빌딩 913호	786-1911
35	한국보건산업진흥원	1999	이경호	(특수법인)		서울 동작구 노량진1동 57-1	2194-7346
36	대한영양사협회	1969	양일선	영양사	6,000	서울 동작구 흑석 1동 170-15	823-5680
37	한국식품과학회	1968	김성곤	학계등 학술연구자	2,000	강남구 역삼동 635-4 과학기술회관 본관 605호	566-9937
38	(사)한국식품위생 안전성학회	2005	신동화	학계등 학술연구자	630	서울시 강남구 역삼동 635-4 과학기술회관 본관 609호	566-0417
39	한국영양학회	1967	이상선	식품업체 연구원등	800	서울 강남구 역삼동 635-4 과학기술회관 신관 804호	3452-0048
40	한국식품기술사협회	2002	고한수	식품기술사	619	서울 서초구 서초동 1363-5 태영빌딩 401호	3473-7171
41	(사)한국식품기기위생 안전진흥협회	2005	김규태	식품기기등 제조업체	11	서울시 양천구 목동 404-16 시티프라자 401호	2652-8041

## 다. 소비자단체 현황

(2006. 8월 현재)

연번	단체명	소재지	대표자	전화번호	우편번호 (FAX)
1	한국소비자단체협의회	서울 중구 명동1가 1-1 서울YWCA회관 701호	정광모	774-4050	774-4090
2	한국소비자연맹	용산구 한남동 272-1	정광모	795-1042	798-6564
3	한국소비생활연구원	마포구 합정동 363-16	김연화	325-3300	325-3389
4	소비자문제를연구하는 시민의모임	종로구 신문로2가 89-27 피어선빌딩 603호	김재옥	739-5530	736-5514
5	녹색소비자연대	용산구 효창동 5-393	이덕승	3273-7117	3273-1544
6	대한주부클럽연합회	중구 남창동 1-2 상동빌딩6층	김천주	752-4227	752-4225
7	대한YWCA연합회	중구 명동1가 1-3	박은영	774-9702-7	774-9724
8	전국주부교실중앙회	중구 총무로5가 19-3	이윤자	2265-3627	2279-9341
9	한국소비자교육원	서초구 양재동 111-5 양촌빌딩 4층	전성자	579-0603	578-3779
10	한국여성단체협의회	용산구 한강로3가 40-427	김화중	794-4560	796-4995
11	한국YMCA전국연맹	중구 소공동 117 YMCA빌딩1층	이학영	754-7894	774-8889
12	한국부인회	마포구 합정동 445-9	김경인, 남인숙	701-7321-2	701-7323
13	한국소비자보호원	서초구 염곡동 300-4	이승신	577-8082	3460-3210
14	식생활안전시민운동본부	강남구 신사동 569-8 디자인하우스 4층	김용덕	518-8246	3445-3097

## 라. 서식

서식 1

### 주요 정책발표 체크리스트

발표정책명 :		
발표자 :		
발표일시, 장소 및 형식 :		
정책 목표 :		
중점 홍보대상 :		
홍보 메시지 :		
대상별 주요 홍보 논리 :		
정책발표前 점검사항	예	아니오
1. 관계부처간 사전 협의, 조정 완료 여부	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
· 정책관련부처	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
· 국무총리실	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
· 국정홍보처		
<b>&lt;협의조정 미완료시&gt;</b>		
- 사유 :		
- 완료 시점 :		
- 조치 필요사항 :		
2. 국무회의 보고 또는 관계기관 회의 등을 거쳐 확정된 정책인가?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 정책발표 시기적절성 검토는 이루어졌는가?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
· 타 부처의 주요정책 발표시기와 중복여부		
· 참여화된 사회적 이슈로 정책발표효과 감소 가능성 등		
4. 사전 홍보 추진 및 사후 홍보대책은 수립 되었는가?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 보도자료(영상보도자료 포함) 등 효과적 발표준비가 이루어졌는가?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
예상쟁점 및 대책 (대응홍보논리)		
국내외 사례 및 인용 가능 논거		
사전 홍보방안 (여론수렴, 여론형성)		
후속 홍보방안(여론분석, 쟁점이슈 관리방안, 언론홍보, 대국민홍보)		

## Media Service Planner

성 명	
소속사	
이 슈	
취재쫓점	
취재각도	

인터뷰 또는 취재하고자 하는 내용 1. 2. 3.		
여타 취재 대상자		
관련 이슈에 관한 사전 지식 및 정보		
추가 정보 제공의 필요성		
보도시점		
마감일시		
연락처		
이메일 주소		
조치사항		
방송매체	<input type="checkbox"/> 15분 후에 다시 전화	<input type="checkbox"/> 1시간 후에 다시 전화
인터뷰 방법	<input type="checkbox"/> 라이브	<input type="checkbox"/> 녹화 <input type="checkbox"/> 편집
인터뷰 장소		

## 보도자료 작성

 <b>식품의약품안전청</b> <small>Korea Food &amp; Drug Administration</small>	보도자료	자료배포일	월 일	매수	총 매	
		보도일시	월 일(요일) 조간·석간			
	담당 부서명	과 장	(핸드폰 번호)	☎		
		사무관 (연구관)	(핸드폰 번호)	E-mail		

제목 : \_\_\_\_\_

**<구성>**

- ☞ 전문 : 전체 기사의 가장 핵심적인 내용을 1~2문장으로 쓴다.
- ☞ 본문 : 전문을 쓴 후 그에 대한 설명과 세부적인 정보를 기술한다. 매 단락마다 토픽이 있어야 하며, 한 문장에 두개의 주제를 넣지 않는다. 보도자료의 내용은 가급적 2장을 넘기지 않도록 하며, 추가적인 정보를 제공하고자 하는 경우는 보도자료 뒤에 첨부한다.

**<번호 매기기>**

□  
○  
-

※ 초등학교 5학년생이 읽어도 이해가 되도록 평이하게 쓴다.

언론기관 인터뷰 및 자료제출

일시	언론 기관	취 재 진	인터뷰(자료제출)자	보도일시	인터뷰(자료제출) 내용
		소속/직급/성명	소속/직급/성명		
					필요시 상세내용 첨부